

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai pemahaman mengenai sejarah dan konsep industri pariwisata halal, ketertarikan serta kendala yang dialami oleh Jepang. Serta sejarah dan konsep hubungan bilateral khususnya Jepang dengan Turki yang dalam bab ini berasal dari berbagai sumber terpercaya sebagai sumber acuan penelitian.

2.1. Sejarah dan Perkembangan Industri Pariwisata Halal di Jepang

Industri halal yang berkembang sangat cepat membuka peluang baru bagi negara-negara Muslim yang ada di dunia. Industri halal mencakup berbagai hal, diantaranya adalah industri pariwisata halal. Industri pariwisata halal memainkan peran penting bagi negara-negara yang terjun dalam industri tersebut. Dengan keuntungan yang menjanjikan, tentu banyak negara yang tidak bisa melewatkan kesempatan tersebut. Hal tersebut sama dengan apa yang terjadi di Jepang.

Dengan pertumbuhan ekonomi global tercepat di dunia, wisatawan Muslim memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi baik secara global maupun di negara Jepang itu sendiri. Memilih untuk mengembangkan industri pariwisata halal bagi Jepang sebagai negara non-Muslim dengan pertumbuhan wisatawan terbanyak dari seluruh dunia merupakan keputusan yang bijak.

Keputusan Jepang dalam mengembangkan industri pariwisata halal dapat dilacak hingga tahun 1980an ketika gelembung ekonomi melanda Jepang. Kala gelembung ekonomi tersebut melanda, banyak imigran yang masuk ke Jepang. Imigran dari negara tetangga seperti China, Korea, dan Filipina serta dari negara-negara Muslim seperti Pakistan, Iran, dan Bangladesh masuk ke Jepang dengan jumlah yang banyak (Adidaya, 2016, p. 17).

Imigran Muslim yang mayoritas berasal dari Pakistan memainkan peran penting kedepannya, sebagaimana sebagian dari mereka membuka bisnis mereka sendiri. Dari keseluruhan imigran Muslim yang datang ke Jepang, sebanyak 27% dari mereka merupakan warga negara Pakistan dan membuka usaha mereka sendiri (Higuchi, 2007, p. 119). Ini merupakan tahap awal perkembangan industri halal tumbuh di Jepang.

Makanan halal awalnya berasal dari perusahaan dagang di Yokohama di tahun 1970an untuk memenuhi kebutuhan pelaut Muslim dan kedutaan negara-negara Muslim (Adidaya, 2016, p. 17). Hampir 10 tahun kemudian, pada tahun 1980an, toko halal resmi dibuka di Jepang. Selain itu, terdapat banyak Muslim yang menjual makanan halal mereka di apartemen atau di mobil-mobil yang dialih fungsikan sebagai kedai (Higuchi, 2007, p. 126).

Pemenuhan makanan halal bagi kaum Muslim yang tinggal di Jepang merupakan awal kebangkitan industri halal di Jepang, khususnya pada sektor pangan. Kaum Muslim yang tidak dapat memakan sembarang makanan menjadi alasan tersendiri. Industri halal khususnya pada sektor pangan mulai berkembang pesat pada tahun 1985, ketika pebisnis Muslim mulai meramaikan toko-toko halal di Jepang (Adidaya, 2016, p. 18).

Gambar 2. 1 Salah satu restoran halal di Jepang



Sumber: www.muslimvillage.com

Lebih jauh lagi, Adidaya (2016) menuturkan bahwa pada tahun 1990an, industri halal tersebut semakin berkembang pesat dengan makin menjamurnya toko-toko makanan halal. Namun pada waktu tersebut, tidak ditemui dan belum ada yang memikirkan konsep atau pengetahuan mengenai industri pariwisata halal.

Menurut pemikiran Numajiri (2015) dan Kawabata (2015), terdapat 2 faktor penting dalam perkembangan industri halal, yaitu “*inbound*” atau penerimaan bahan baku atau produk dari produsen dan “*outbound*” atau tindakan yang diperlukan untuk mengirimkan barang ke pengguna akhir. 2 faktor tersebut memengaruhi fenomena *halal boom* di Jepang, yaitu meningkatnya permintaan akan makanan dan pelayanan

halal di industri pariwisata Jepang. Hal ini menjadi titik awal meningkatnya wisatawan Muslim yang datang ke Jepang.

Meningkatnya wisatawan Muslim tentu berpengaruh terhadap pemasukan negara. Menurunnya angka kelahiran di Jepang juga berpengaruh terhadap industri halal. Hal ini dikarenakan menurunnya permintaan domestik yang berakibat pada melambatnya pertumbuhan ekonomi. Dengan demikian, Jepang mencari cara untuk melawan pelambatan ekonomi tersebut, salah satu caranya ialah dengan menargetkan para Muslim, baik di dalam negeri maupun dari luar negeri seperti pada negara-negara Asia Tenggara.

Jepang sebenarnya tidak tertarik dengan konsep halal maupun para Muslim dan Islam itu sendiri, namun Jepang tertarik akan peluang bisnis dan pertumbuhan ekonomi yang dihasilkan dari kegiatan jual-beli barang-barang halal yang dilakukan oleh Muslim (Komura, 2015, p. 86). Jepang yang mengandalkan permintaan dalam negeri mengharuskan mereka mencari cara untuk mengatasi masalah ekonomi tersebut.

Asia Tenggara merupakan target pasar yang cukup menguntungkan bagi Jepang mengingat terdapat negara-negara Muslim yang memiliki penduduk yang sangat banyak dan aktif. Negara-negara seperti Indonesia dan Malaysia merupakan target utama dari pengembangan industri pariwisata halal tersebut. Pada tahun 2013, Jepang juga merelaksasi *visa* bagi negara-negara Asia Tenggara yang membuat semakin membludaknya wisatawan asal Asia Tenggara, terutama Indonesia dan Malaysia (Aoki, 2013).

Mulai pada saat itu, terdapat banyak perusahaan makanan dan jasa yang berfokus pada wisatawan Muslim. Pada setahun setelah perelaksasian *visa* yang dilakukan oleh Jepang, terdapat 13.4 juta wisatawan yang berkunjung dan wisatawan dari Asia Tenggara merupakan yang terbanyak. Dengan demikian, banyak perusahaan yang berfokus pada wisatawan Muslim agar para wisatawan tersebut dapat memiliki rasa aman dan nyaman (Matsui, 2015, p. 195).

Menjamurnya toko-toko halal serta semakin banyaknya wisatawan Muslim yang datang dari negara-negara di Asia Tenggara merupakan awal kebangkitan dan perkembangan tidak hanya industri makanan halal, namun juga industri pariwisata halal di Jepang yang masih berlangsung hingga saat ini. Kini, Industri halal khususnya

di bidang pariwisata merupakan andalan pemerintah Jepang dalam menarik wisatawan asing untuk berkunjung ke Jepang.

2.2. Konsep Industri Pariwisata Halal

Pariwisata halal merupakan sebutan bagi salah satu jenis industri kepariwisataan baru yang ramah Muslim atau dalam prakteknya tidak bertentangan dengan nilai-nilai yang dikandung dalam ajaran agama Islam. Pariwisata halal merupakan konsep baru dalam dunia industri kepariwisataan. Seiring dengan berkembang pesatnya umat Muslim di dunia, beberapa negara atau daerah mencoba mengambil keuntungan serta pengalaman baru dari industri kepariwisataan ini.

Dikutip berdasarkan pernyataan *World Tourism Organization* (UNTWO), sebuah lembaga yang berada di bawah naungan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yang bertugas mengatur mengenai kepariwisataan di dunia, industri kepariwisataan mengacu pada fenomena sosial, budaya, dan ekonomi yang melibatkan perpindahan individu atau banyak orang ke sebuah tempat atau negara di luar lingkungan mereka untuk kepentingan pribadi maupun kepentingan pekerjaan.

Dewasa ini sektor ekonomi berdasarkan syariat Islam sedang berkembang pesat, khususnya di bidang kuliner, perbankan, jasa, fashion, kosmetik, farmasi, hiburan, dan kepariwisataan (Abdullah, A, A. 2020, p. 196). Berkembangnya populasi umat Muslim di dunia juga berdampak besar pada sektor ekonomi khususnya pada bidang kepariwisataan. Pariwisata halal tidak selalu diartikan sebagai perjalanan ziarah seperti ke tempat-tempat beribadah atau sebagainya, namun pariwisata halal dapat berupa perjalanan yang menyinggung tentang sosial dan budaya atau bahkan berhubungan dengan alam namun tidak lepas dengan nilai-nilai ajaran agama Islam.

Pariwisata halal merupakan sebuah aktivitas kepariwisataan yang didukung oleh berbagai macam fasilitas dan layanan yang sesuai dengan syariah Islam yang disediakan oleh berbagai komunitas atau organisasi, perusahaan, hingga pemerintah daerah maupun nasional. Hal ini menyangkut pada hal-hal dasar seperti makanan dan minuman, hiburan, layanan dan jasa serta objek pariwisata. Dengan hal demikian, pariwisata halal tidak hanya sebatas pariwisata keagamaan saja.

Terdapat berbagai kebutuhan yang harus terpenuhi secara halal dalam industri pariwisata halal, yaitu menyangkut makanan dan minuman yang halal, tempat yang ramah Muslim, layanan dan jasa yang ramah Muslim, hingga hiburan yang tidak

melanggar nilai-nilai syariah Islam. Dalam hal makanan dan minuman halal, produsen penyedia harus menyediakan makanan yang bersih, tidak mengandung hal-hal yang haram, serta bersertifikasi halal.

Tabel 2. 1 Hal-hal yang dibutuhkan dalam Industri Pariwisata Halal

Wajib	Makanan halal
	Fasilitas tempat beribadah
	Ruang untuk berwudhu
	Tidak ada anti-Islam
Baik	Masyarakat yang ramah
	Layanan/fasilitas penunjang Ramadan
	Pengalaman dengan Muslim lokal
Sangat baik	Tempat rekreasi dengan privasi
	Tidak ada sesuatu yang haram

Sumber: www.crescentrating.com

Dilihat dalam tabel di atas berdasarkan CrescentRating, sebuah lembaga yang berfokus pada pengembangan industri pariwisata halal, terdapat 3 hal yang dibutuhkan oleh Muslim dalam industri pariwisata halal. 3 hal tersebut meliputi hal-hal yang harus ada dalam daerah penyelenggara pariwisata halal, hal-hal yang baik jika dipenuhi oleh penyelenggara pariwisata halal, serta kebutuhan tersier yang dapat sangat diapresiasi oleh Muslim.

Industri pariwisata halal memiliki dampak yang luar biasa bagi sosial dan budaya. Banyak negara-negara di dunia yang mencoba mengambil keuntungan dengan menyediakan serta mengenalkan industri pariwisata halal mereka. Tidak hanya sebatas ekonomi, dalam sosial dan budaya terdapat banyak akulturasi yang terjadi antara penduduk setempat dengan orang-orang Muslim baik para imigran maupun wisatawan yang datang ke negara mereka. Akulturasi ini pun kerap menjadi keunikan tersendiri.

Akulturasi sosial dan budaya tersebut yang secara tidak langsung mengenalkan konsep-konsep dalam ajaran agama Islam kepada masyarakat umum, salah satunya ialah konsep halal. Masyarakat yang mulai akrab dengan konsep halal tersebut nantinya dapat membantu perkembangan industri pariwisata halal di negaranya masing-masing dengan mengimplementasikan konsep halal pada wirausaha atau bisnis yang mereka jalani.

Peningkatan jumlah wisatawan Muslim memicu beberapa negara mengembangkan industri pariwisata halal. Berdasarkan latar belakang tersebut, negara-negara di dunia, khususnya negara non-Muslim, memilih untuk mencoba peruntungan dengan mengenalkan serta mengembangkan industri pariwisata halal mereka, baik di bidang pangan, hiburan, maupun layanan dan jasa.

2.3. Sejarah Ketertarikan Pemerintah Jepang Terhadap Industri Pariwisata Halal

Pemerintah sebagai pusat sosial bermasyarakat memainkan peran penting dalam mengenalkan kebijakan-kebijakan serta hal-hal baru kepada masyarakat. Pemerintah dapat mensosialisasikan kebijakan dan hal baru tersebut dengan berbagai cara, mulai dari penyuluhan hingga melalui media. Sama halnya terhadap pengenalan industri pariwisata halal kepada masyarakat umum baik lokal maupun internasional.

Konsep halal di Jepang sebenarnya bukan lah hal yang baru. Masyarakat Jepang sudah mulai mengenal konsep halal ketika kedatangan para imigran Muslim asal Pakistan, Iran, dan Bangladesh pada gelembung ekonomi tahun 1980an (Sakurai, 2003, p. 25). Tak hanya demikian, ketika *visa* mereka habis, para imigran tersebut akan tinggal secara ilegal dan melakukan perkawinan dengan pribumi (Sakurai, 2008, p. 76).

Para imigran tersebut kebanyakan bekerja di perusahaan mandiri seperti pachinko, yakitori, jual-beli mobil bekas, dan lain sebagainya (Adidaya, 2016, p. 17). Sebuah survey yang dilakukan oleh Higuchi Naoto (2007) menunjukkan bahwa kebanyakan dari para imigran tersebut yang membuka wirausaha pribadi berasal dari Pakistan dengan total 27% dari seluruh imigran Muslim kala itu.

Pada tahun 1985 merupakan tahun dimana industri halal khususnya di sektor pangan mulai berkembang. Pada tahun tersebut industri makanan halal sangat berkembang, hal ini dapat terlihat dari mulai maraknya layanan antar kirim makanan halal yang mulai tersedia. Industri ini dipelopori oleh imigran-imigran Muslim yang tinggal di Jepang dan mulai membuka wirausaha mereka sendiri (Adidaya, 2016, p. 18).

Penyebaran serta ketenaran konsep halal di Jepang bermula di antara tahun 1980an hingga 1990an ketika para imigran Muslim datang ke Jepang. Namun, pemerintah kala itu tidak menanggapi serius serta tidak berminat pada industri

pariwisata halal. Konsep halal sendiri diperkenalkan dengan bantuan media. Media berperan penting terhadap pengenalan konsep halal kepada masyarakat Jepang (Adidaya, 2016, p. 18-19). Hal ini sedikit banyak mempengaruhi ketertarikan masyarakat Jepang terhadap industri pariwisata halal atau secara lebih luas tertarik terhadap ajaran agama Islam.

Seiring semakin banyaknya wisatawan akan negara-negara Muslim yang masuk ke Jepang serta bertambahnya pemeluk agama Islam di Jepang membuat pemerintah Jepang tidak dapat memandang sebelah mata industri halal khususnya di bidang pariwisata. Dengan populasi Muslim sebanyak 120.000 jiwa serta estimasi terdapat 10.000 pemeluk Islam baru tiap tahunnya menambah laju pertumbuhan industri halal di Jepang (Ryall, 2021).

Menurut survey yang dilakukan oleh GlobalData pada paruh akhir tahun 2021, terdapat 29% dari 125 juta konsumen yang mengaku tertarik dengan konsep halal. Konsep halal sejatinya tidak serta merta berbau Islami, namun konsep halal juga dapat menyangkut kebersihan, kesehatan, hingga keamanan suatu produk, baik secara produksi maupun penyajian. Menurut Japan Food Barrier-free Association (2022), konsep halal adalah:

“ハラールとは神に従って生きるイスラム教徒（ムスリム）の生活全般に関わる考え方であり、ハラールマーケットは、ムスリムの日々の生活全てに関わる商品やサービスなどの提供を全て含んだ、とても幅の広い市場なのです。”

Artinya: “Halal adalah cara berpikir yang berkaitan dengan kehidupan umat Islam (Muslim) yang hidup menurut Tuhan, dan pasar halal adalah pasar yang sangat luas yang mencakup semua produk dan layanan yang terkait dengan kehidupan sehari-hari umat Islam.”

Ketertarikan Jepang terhadap industri halal khususnya di bidang pariwisata bukan lah serta merta karena Islam atau konsep halal itu sendiri. Namun, Jepang tertarik dengan pertumbuhan ekonomi yang dihasilkan oleh para wisatawan Muslim yang berkunjung ke Jepang. Jepang sendiri mengalami peningkatan pesat dalam industri pariwisatanya. Pada 2013, Jepang menduduki peringkat ke-23 sebagai negara non-Muslim paling ramah Muslim di dunia. Pada tahun 2021, peringkat Jepang mengalami kenaikan ke peringkat ke-7. Ini menjadi bukti ketertarikan hingga keseriusan mereka ke dalam industri halal khususnya di bidang pariwisata (fooddiversity.today, 2021).

Kontribusi industri pariwisata halal di Jepang sendiri terhadap *Gross Domestic Product* (GDP) pada tahun 2018 menyentuh angka sekitar 12 miliar yen (2.0% melebihi GDP). Hal ini merefleksikan aktivitas ekonomi yang dibawa oleh fasilitas-fasilitas penunjang seperti hotel, agensi pariwisata, dan berbagai jasa transportasi lainnya. Tempat-tempat hiburan serta restoran juga berkontribusi dalam industri pariwisata halal (Kodir, 2019, p. 16).

Tidak hanya baik bagi pemasukan dan devisa negara, masyarakat Jepang juga mendapatkan lapangan pekerjaan yang cukup membantu di sektor pariwisata. Pada tahun 2018, terdapat 4.637.000 pekerjaan (atau 7.3% dari total pekerjaan yang ada) terkait industri pariwisata halal (Kodir, 2019, p. 16). Dengan data dari keuntungan yang didapat oleh negara Jepang tersebut, tentu Jepang tertarik untuk memasuki serta mengembangkan industri pariwisata halal yang memiliki banyak keuntungan tersebut.

2.4. Kendala Dalam Penerapan Industri Pariwisata Halal Di Jepang

Jepang merupakan negara dengan mayoritas penduduknya beragama Shinto. Menurut data dari pemerintah Jepang pada tahun 2018, sekitar 69.0% penduduknya beragama Shinto, 66.7% beragama Buddha, 1.5% beragama Kristen, dan 6.2% merupakan penganut agama lain. Namun, sebagian besar dari masyarakat Jepang memilih untuk tidak dikategorikan atau digolongkan kepada suatu agama tertentu (Cultural Atlas, 2021).

Agama tidak memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Jepang. Kebanyakan dari masyarakat Jepang hanya melakukan praktek beribadah ketika ada acara tertentu, seperti kelahiran, pernikahan, dan pemakaman (japan-guide.com, 2022). Pandangan masyarakat Jepang mengenai agama dan kepercayaan pun tidak sama dengan pandangan masyarakat pada umumnya. Masyarakat pada umumnya melihat agama dan kepercayaan sebagai sesuatu yang sangat penting dan sudah melekat dalam berbagai aspek kehidupan.

Sebagai negara non-Muslim, Jepang dipandang mampu dalam menerapkan industri pariwisata halal yang kini tengah berkembang. Namun sebagai negara non-Muslim pada umumnya, baik Jepang maupun wisatawan Muslim yang berkunjung ke Jepang sering menemui kendala dalam prakteknya. Kendala tersebut umumnya berasal dari bidang pangan dan fasilitas yang belum memadai atau belum tersebar rata ke daerah-daerah kecil.

Lebih luas lagi terdapat beberapa kendala yang umum ditemui saat berwisata di Jepang selain kendala yang dirasakan oleh wisatawan Muslim, yaitu menyangkut bahasa, ruang kecil untuk buang air serta tempat sampah yang sangat jarang, dan padatnya pejalan kaki. Namun kendala tersebut tertutupi dengan pelayanan Jepang yang baik serta memuaskan dalam bidang industri pariwisata. Seperti yang dikemukakan oleh 日税経営情報センター (2019), yaitu:

“ムスリムの観光客は、ハラール料理と礼拝室の有無を非常に気にします。”

Artinya: *“Wisatawan Muslim sangat memperhatikan sangat memperhatikan makanan halal dan ketersediaan tempat ibadah/mushola.”*

Lebih lanjut lagi, Nakamura (2014) mengemukakan bahwa:

“訪日した敬虔なムスリムの中には、日本での食事に対する信頼感の欠如と製品情報提供の不足から、3日間何も食べられなかったという人もいます。”

Artinya: *“Beberapa Muslim taat yang mengunjungi Jepang mengatakan bahwa mereka tidak bisa memakan makanan apa pun selama tiga hari dikarenakan kurangnya kepercayaan mereka terhadap makanan Jepang dan kurangnya informasi pada produk.”*

Bagi wisatawan Muslim, kendala yang paling sering ditemui adalah masih jarangunya restoran yang bersertifikasi halal. Meski banyak dari restoran-restoran yang tersedia menyediakan menu halal, namun tidak semua sudah bersertifikasi halal dan memiliki logo halal di bagian depan restorannya. Terkadang beberapa restoran yang menyediakan menu halal pun masih menyediakan menu haram serta minuman beralkohol yang membuat banyak wisatawan Muslim memiliki rasa was-was.

Pengadaan makanan-makanan halal tersebut juga merupakan salah satu faktor dari kerja sama antara Jepang dengan negara-negara Muslim serta kemauan masyarakat setempat terhadap pengembangan industri pariwisata halal. Jepang sangat bergantung pada ekspor bahan baku makanan halal dari negara-negara Muslim serta kemauan masyarakat akan pengadaan menu halal dan memberi sertifikasi halal pada menunya.

Salah satu kendala utama yang ditemui dalam sertifikasi makanan halal adalah masih umumnya penggunaan bahan baku makanan berbahan dasar hal yang haram, seperti gelatin dari babi atau berbagai macam jenis alkohol (Loew, 2014). Bahan baku

tersebut sangat dilarang dalam ajaran agama Islam. Oleh karena itu, penggunaan bahan baku tersebut sangat dihindari oleh wisatawan Muslim yang berkunjung.

Pengadaan fasilitas tempat beribadah yang masih minim pun menjadi kendala lainnya bagi wisatawan Muslim yang berkunjung ke Jepang. Umumnya penempatan dan pengadaan fasilitas tempat beribadah hanya di kota-kota besar saja. Kota kecil sebagai tempat yang jarang dikunjungi wisatawan tentu kurang memperhatikan fasilitas-fasilitas penunjang industri kepariwisataan, yang dalam hal ini adalah kurangnya pengadaan tempat beribadah bagi umat Muslim.

Wisatwan Muslim memiliki kebutuhan khusus yang mengharuskan para wisatawan Muslim tersebut mengerjakan apa yang diperintahkan oleh agama Islam. Selain pengadaan fasilitas tempat beribadah, pengadaan tempat berwudhu juga merupakan hal penting. Banyak umat Muslim, baik wisatawan maupun yang bermukim di Jepang, berwudhu melalui tempat cuci tangan yang jelas cukup merepotkan. Tempat berwudhu yang sesuai hanya dapat ditemui di masjid.

Dengan berbagai kendala tersebut, pemerintah Jepang terus mencoba untuk terus mengembangkan industri pariwisata halal mereka dengan mempelajari lebih dalam serta mengenalkan konsep halal dan ajaran agama Islam pada masyarakat luas. Hal tersebut diharapkan dapat mengembangkan lebih jauh lagi industri pariwisata halal di Jepang yang memiliki banyak keuntungan tersebut.

2.5. Konsep Hubungan Bilateral

Di era globalisasi ini dimana semuanya, baik individu hingga negara, saling terhubung, tidak ada yang dapat berdiri sendiri. Begitu pun negara, sebuah negara tidak dapat berdiri sendiri tanpa bantuan atau campur tangan dari negara lain. Kebutuhan rakyat yang kian banyak dan harus dipenuhi hingga masalah keamanan merupakan alasan mengapa banyak negara-negara di dunia yang melakukan hubungan diplomasi, baik multilateral dan bilateral.

Hubungan multilateral merupakan hubungan antar 3 negara atau lebih yang saling menguntungkan, baik di bidang politik, budaya, dan ekonomi. Namun, terdapat pula hubungan bilateral. Hubungan bilateral adalah hubungan yang melibatkan dua pihak dengan tujuan yang serupa. Mayoritas negara-negara di dunia melakukan hubungan diplomasi secara bilateral (Anindita, 2020).

Hubungan bilateral merupakan hubungan diplomasi antar dua negara yang di dalamnya terdapat perjanjian yang saling menguntungkan yang berkaitan dengan politik, ekonomi, budaya, hingga ilmu pengetahuan yang bertujuan untuk melindungi hak asasi manusia atau penyelesaian sengketa secara damai. Di dalam hubungan diplomasi, termasuk di dalamnya hubungan bilateral, terdapat perjanjian yang diatur oleh hukum internasional untuk mencapai keseimbangan guna kepentingan negara yang bersangkutan (Switzerland Federal Department of Foreign Affairs, 2008, p. 3).

Lebih jauh lagi, dalam menjalin hubungan bilateral terdapat kemitraan strategis. Yaitu hubungan bilateral yang menitikberatkan pada fleksibilitas institusi, pendekatan yang mendalam, serta intensitas dalam berhubungan antar kedua negara dengan tetap menjaga kedaulatan masing-masing negara dan melalui tujuan yang strategis. Dalam hal ini, kepercayaan merupakan kunci utama sebagai sisi strategis dalam membangun keberhasilan hubungan antar negara, lembaga, hingga individu sekalipun (Totoh, 2021).

Dengan adanya hubungan bilateral maka kedua negara akan mendapatkan berbagai manfaat, yaitu meningkatkan kepentingan nasional, memperkuat hubungan antar negara, ekspor-impor, meningkatkan kesejahteraan ekonomi, memiliki akses ke pinjaman finansial secara mudah, hingga meningkatkan ilmu pengetahuan dan teknologi dari masing-masing negara (Ryall, 2021).

Hubungan bilateral tidak hanya sebatas antar negara saja, namun juga dapat berlaku antara negara dengan organisasi besar di dunia di berbagai bidang. Hubungan bilateral terbagi menjadi 2 jenis, yaitu regional dan internasional. Hubungan bilateral regional mengacu kepada kerja sama antar negara di suatu wilayah yang sama, seperti kerja sama antara negara Jepang dan China. Sedangkan hubungan bilateral internasional mengacu pada kerja sama antar negara namun tidak memandang batasan wilayah, seperti kerja sama antara Jepang dengan Turki.

2.6. Sejarah Hubungan Bilateral Antara Jepang dan Turki

Jepang dan Turki merupakan dua negara yang memiliki hubungan bilateral yang sangat baik sejak kedua negara tersebut saling berhubungan. Memiliki sejarah pertemuan yang bagus, kedua negara tersebut kian erat hingga menjadi negara yang saling bersahabat di kemudian hari. Hubungan kedua negara tersebut dimulai sejak akhir jaman Edo. Sejak saat itu, kedua negara tersebut memiliki hubungan yang erat

selama hampir 100 tahun lamanya, kecuali saat Perang Dunia II dimana Jepang kala itu menjadi blok poros bersama Jerman dan Italia. Hubungan kedua negara tersebut kembali pulih pasca Perang Dunia II.

Hubungan bilateral yang terjadi antara Jepang dengan Turki dimulai pada saat restorasi Meiji, yang mana negara Jepang mulai membuka diri untuk pihak asing setelah sekian lama memberlakukan kebijakan penutupan negara. Pada awalnya, Jepang hanya mendengar mengenai gambaran kasar negara Turki (yang kala itu bernama Ottoman). Gambaran kasar mengenai negara Turki tersebut didapat dari seorang Italia bernama Giovanni Battista yang menulis buku *Seiyokibun* pada tahun 1715.

Sejatinya kontak awal orang-orang Jepang dengan Turki terjadi pada tahun 1871 ketika Perdana Menteri Towomi Iwakura (1825 – 1883) dan 46 orang lainnya mengunjungi Amerika Serikat dan Eropa. Tujuan mereka kala itu adalah untuk mempelajari budaya, teknologi, ilmu pengetahuan, hukum, dan lain sebagainya. Pada tahun 1873, Iwakura dan 46 orang lainnya mengunjungi pameran dunia di Vienna dimana mereka untuk pertama kalinya melihat dan bertemu dengan orang-orang Turki. Orang-orang Turki kala itu digambarkan sebagai peradaban yang terbelakang oleh Eropa. Hal itu membangun pemikiran oleh orang-orang Jepang bahwa masyarakat Turki seperti demikian.

Pada tahun 1890, Sultan Abdulhamit II mengirim kapal Ertuğrul sebagai utusan dan bentuk persahabatan antara Sultan Abdulhamit II dengan Kaisar Meiji (Republic of Türkiye Ministry of Foreign Affairs, 2022). Kapal dengan panjang 76 meter tersebut membawa 600 orang anak buah kapal dan berlabuh di Yokohama selama 3 bulan. Selama berlabuh di Jepang, Laksamana Ali Osman Pasha sebagai perwira tertinggi di kapal Ertuğrul mempersembahkan berbagai macam hadiah dan penghargaan yang dibawanya dari Sultan Abdulhamit II untuk Kaisar Meiji (nippon.com, 2015).

Dalam perjalanan kembalinya ke Turki, kapal Ertuğrul diterpa badai yang membuatnya karam di perairan bebatuan Kushimoto, Prefektur Wakayama. Akibat badai tersebut, sebagian besar dari anak buah kapal tewas (Republic of Türkiye Ministry of Foreign Affairs, 2022). Setidaknya terdapat 69 orang anak buah kapal yang selamat dan berhasil dibawa ke tepi pantai berkat bantuan masyarakat Kushimoto. Mereka lantas menceritakan kisah heroik masyarakat Jepang tersebut saat

kembali ke Turki dan menimbulkan gerakan pro-Jepang di Turki (nippon.com, 2015). Gerakan tersebut berimbas baik pada kedua negara yang mana persahabatan kedua negara menjadi semakin erat.

Lebih lanjut lagi, ketika Kekaisaran Ottoman runtuh dan digantikan oleh Republik Turki, Jepang merupakan negara pertama yang mengakui kemerdekaan Turki pada tahun 1924. Satu tahun setelahnya pada tahun 1925, Turki resmi membuka kedutaannya di Jepang (Wire Services, 2019). Ini merupakan langkah awal dalam persahabatan antara Jepang dengan Turki yang akan terus berlanjut hingga kini.

Tabel 2. 2 Tahun penting dalam hubungan bilateral antara Jepang dengan Turki

Tahun	bulan	peristiwa
1924	Agustus	Jepang mengakui kemerdekaan Republik Turki
1925	Maret	Jepang membuka kedutaan besar di Turki
	Juli	Turki membuka kedutaan besar di Jepang
1945	Januari	Turki memutuskan hubungan diplomatik dengan Jepang
	Februari	Turki menyatakan perang terhadap Jepang dan Jerman
1952	Juni	Turki membuka kembali kedutaan besar di Jepang
1953	Mei	Jepang membuka kembali kedutaan besar di Turki
1965		Jepang membuka konsulat di Istanbul

Sumber: Ministry of Foreign Affairs of Japan (MOFA Japan)

Hubungan Jepang dan Turki sempat retak dikarenakan meletusnya Perang Dunia II yang terjadi pada tahun 1939 hingga 1945, yang mana kala itu Turki mendeklarasikan perang terhadap Jepang pada Februari 1945. Meski Turki tidak secara langsung menyerang Jepang atau ikut berperang pada Perang Dunia II, namun Jepang sebagai sekutu Jerman dan Italia yang kala itu merupakan musuh bersama membuat Turki harus mendeklarasikan perang kepada Jepang.

Kedua negara tersebut bahkan sempat menutup kedutaan dan menarik konsulat mereka dari masing-masing negara imbas dari permusuhan dan keterlibatan mereka pada Perang Dunia II. Namun tepat setelah 7 tahun Perang Dunia II berakhir, Turki mulai membuka kedutaannya kembali di Jepang pada Juni tahun 1952. Hal ini diikuti oleh Jepang setahun setelahnya pada Mei tahun 1953 (Ministry of Foreign Affairs of Japan, 2016). Hal ini menandakan akan membaiknya hubungan kedua negara pasca Perang Dunia II tersebut.

Gambar 2. 2 Presiden Turki dan Perdana Menteri Jepang, Recep Tayyip Erdoğan dan Shinzo Abe



Sumber: www.japantimes.co.jp

Kini persahabatan kedua negara terus membaik, seakan lupa akan kejadian pada Perang Dunia II. Baik Jepang maupun Turki, keduanya menjadi negara maju yang menjalin kerja sama di berbagai bidang. Kunjungan kenegaraan oleh masing-masing kepala pemerintahan pun kerap dilakukan guna memperkuat hubungan bilateral antar kedua negara. Ditambah pada tahun 2013, kedua negara melakukan kerja sama *strategic partnership* yang membuatnya kian erat.